

LES IMPÉRATIFS DU DISCOURS POLITIQUE

Melnyk V. I., Ryabchuk M. P.

Université nationale linguistique de Kyiv

Стаття присвячена проблемам комунікативного аналізу політичної промови, ефективним засобам її впливу на адресанта.

Ключові слова: політична промова, культурний код, стратегія політичного дискурсу, модель мовленнєвої поведінки, перформативне та іллокутивне висловлення.

Статья посвящена проблемам коммуникативного анализа политической речи, средствам ее манипулятивного воздействия на адресанта.

Ключевые слова: политическая речь, культурный код, стратегия политического дискурса, модель речевого поведения, перформативное и иллокутивное высказывание.

The article deals with the problems of the analysis of political discourse and its effective tools influencing and manipulating the recipient in particular.

Keywords: political discourse, code, adopted model of linguistic behaviour, performative and illocutionary expression.

Chaque groupe politique visant l'accession au pouvoir se préoccupe d'abord du renforcement de son poids dans la société et tend à susciter une réaction positive, approbatrice et loyale chez son public cible par l'entremise du discours. La vocation de ces paroles consiste à éveiller l'admiration, l'enthousiasme des récepteurs et à les faire concorder sur le fait que leur porteur est digne de foi. Le discours politique est caractérisé par un vocabulaire précis, réfléchi, l'emploi de tel ou tel mot est calculé.

Le discours est censé se soumettre à plusieurs lois ayant une portée générale. Les critères en question, recueillis par Dominique Maingueneau, sont: la pertinence – une énonciation doit être maximale appropriée au contexte dans lequel elle intervient, elle doit intéresser son destinataire en lui apportant des faits qui modifient la situation; la sincérité concernant l'engagement de l'énonciateur dans l'acte de discours qu'il accomplit; l'informativité – les énoncés doivent apporter des informations nouvelles au destinataire de façon qu'il puisse inférer des sous-entendus; l'exhaustivité – consiste en ce que l'information donnée soit maximale à l'égard de la situation, exigeant que les précisions importantes ne soient pas dissimulées; la modalité exige une clarté dans la prononciation de l'émetteur du message, ainsi que dans le choix de ses mots, la complexité de ses phrases et la recherche de la formulation la plus directe.

La contrainte suivante d'un homme politique portant la parole réside en ce qu'il doit préserver sa face positive aux yeux des électeurs se soumettant aux lois de la politesse. Il est à noter que transgresser une loi du discours (parler à côté du sujet, être obscur, ne pas donner les informations requises, etc.), c'est s'exposer à être taxé d'«impoli». Le seul fait d'adresser la parole à quelqu'un, d'accaparer son attention est déjà une intrusion dans son espace, un acte potentiellement agressif. Ces phénomènes de politesse sont intégrés dans la théorie dite «des faces» développée en particulier par P. Brown et S. Levmson, dont le père est le sociologue américain E. Goffman [3, p. 19-24].

Lorsqu'on analyse un discours, l'on doit d'abord en définir le type. La scène englobante est celle qui y correspond. Quand on reçoit un tract dans la rue, l'on doit être capable de déterminer s'il relève du type discursif religieux, publicitaire, politique, etc. A titre général, une énonciation politique implique un «citoyen» en s'adressant à des «citoyens». Dans un tract de campagne électorale il va s'agir d'un «candidat» s'adressant à des «électeurs». C'est ainsi qu'en 1988 François Mitterand a rédigé la fameuse «Lettre à tous les Français» et l'a fait répandre par le biais de la poste et de la presse, ce qui a largement favorisé sa réélection. Le politique en question est parvenu à produire une impression de la correspondance privée sur ceux, qui ont reçu le document mentionné

ci-haut à la maison. Le sens de l'énoncé politique inclu dans cette lettre ne se réduisait pas à son seul «contenu», il était inséparable de sa mise en scène épistolaire, soulignée par le fait que la formule d'adresse («Mes chers compatriotes») de même que la signature («François Mitterrand») étaient manuscrites. L'aspect de la présentation de ce discours politique est informel, il fait allusion à une discussion en famille, ce qui dote ce document préélectoral des traits positifs au niveau de la conscience collective des Français. Aujourd'hui cette technique est de mise même au niveau des élections municipales, ce qui réduit son effet presque à néant.

Nicolas Sarkozy, dans ce même dessein de réélection a préféré l'emprise médiatique et a fait une allocution auprès des députés de la majorité jugée aventurée, ce qui a immédiatement trouvé son reflète dans les revues et les comptes rendus télévisés de l'actualité: «Nicolas Sarkozy a évoqué mardi 30 novembre 2010 une candidature à la présidentielle 2012 en laissant entendre que sa mission serait accomplie après «deux mandats» à l'Elysée (paru sur www.rfi.fr). Rappelant que son épouse Carla était d'origine italienne, Nicolas Sarkozy a encore dit que ce serait «*la dolce vita*» après. Voilà qui ressemble presque à une entrée officielle en campagne».

En restant dans l'optique austino-searlienne, en proférant un message l'on est susceptible de modifier le monde et l'on vise surtout à le changer par l'intermédiaire de ses paroles.

La dynamique d'un discours politique réussi exige plusieurs démarches argumentatives. Nombreux sont les modèles procéduraux de l'élaboration d'un énoncé argumentatif en tant que technique à dominante illocutoire propre à la communication politique suivant toujours une orientation bien précise. C. Perelman se concentre sur l'aspect persuasif, voire manipulateur de la rhétorique plutôt que sur l'esthétique de ce type langagier et définit l'argumentation comme une technique discursive propre à «provoquer ou accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment». Se situant explicitement dans la lignée scientifique d'Aristote, il reconduit la dichotomie aristotélicienne entre raisonnement analytique (en rapport avec la vérité) et raisonnement dialectique (fondé sur des opinions vraisemblables), conférant à la rationalité un statut proprement épistémologique. L'argumentation est donc envisagée dans une perspective logique de rationalité [4].

Les théories pragmatiques et constructivistes de l'argumentation la conçoivent en tant qu'activité logico-discursive dont la finalité est de convaincre les interlocuteurs. Un autre trait caractéristique de ce type discursif est l'adhésion à une certaine idéologie (au sens du système de croyances particulières et fondamentales référant à la politique), ce qui est toujours perceptible dans les phases émises par les hommes d'État reconnus, car leur itinéraire politique personnel est inséparable des partis dont ils sont les ressortissants. La cognition politique est, par définition, basée sur l'idéologie; et les idéologies politiques sont en grande partie reproduites par le discours. Frédéric Bon a décrit dans ses ouvrages la mise à jour du discours idéologique par le biais du système de pensée implicite. Selon lui, le clivage gauche-droite, qui est le grand opérateur symbolique organisant les comportements électoraux, fonctionne comme un mythe dans la mesure où il introduit de l'intelligibilité dans le chaos; le discours politique opère une réduction d'un univers complexe et inintelligible à un petit nombre d'oppositions et ramène un système de conflits multidimensionnels à quelques conflits fondamentaux.

D'après ce linguiste, le travail effectué par l'idéologie est plus difficile que celui effectué par la science, parce que cette dernière tend à écarter de son champ les contradictions qu'elle ne peut résoudre, tandis que l'idéologie doit les gérer, c'est pourquoi les opérations idéologiques mobilisent les ressources intellectuelles considérables et une rhétorique très élaborée. F. Bon estime que, l'idéologie doit, comme la science, à sa manière dire la vérité. Il conclut que celle-ci ne saurait survivre durablement si elle échoue à mobiliser à son service les formes dominantes de la vérité [1].

Analysons sur le plan idéologique le discours du président américain à l'adresse des musulmans lors d'une visite au Caire le 4 juin 2009. «Les attentats du 11 septembre 2001, conjugués à la poursuite des actions violentes engagées par ces extrémistes contre des civils, ont amené certains dans mon pays à juger l'islam inévitablement hostile (.,.). La peur et la méfiance se sont ainsi accentuées. Tant que notre relation restera définie par nos

différences, nous donnerons du pouvoir à ceux qui sèment la haine et non la paix et qui encouragent le conflit au lieu de la coopération qui peut aider nos deux peuples à connaître la justice et la prospérité. C'est ce cycle de la méfiance et de la discorde qui doit être brisé». La vision de Barack Obama est complètement différente de celle de son précédent, ainsi il réajuste la mentalité et l'attitude régnautes naguère parmi les Américains, ce qui démontre le caractère crucial de la position idéologique adoptée par le chef de l'Etat. L'emphase sur le respect mutuel des peuples, leur partenariat et l'allusion à ce que les droits de l'homme doivent être de mise aident à bien voiler de vraies intentions du leader politique, sinon, de trouver une bonne excuse pour la froideur apparente autrefois dans les relations internationales.

P. Charaudeau introduit la notion de «l'imaginaire de vérité», définissant la vérité elle-même en termes d'adhésion (il n'y a pas de vérité «en soi», mais les imaginaires sont actualisés par les sujets auxquels ils permettent de se constituer une identité), ce qui lui permet de parler de force et d'effet de vérité [2; p. 162-163]. Les principaux imaginaires de vérité servent de source de la force persuasive aux discours politiques et de celle d'identification aux ethos. L'exemple donné est celui de l'imaginaire de la «souveraineté populaire», dont la réalisation se fait à travers de différentes variantes discursives correspondant à un certain pôle mythique (le droit à l'identité, l'égalitarisme, la solidarité).

Le facteur idéologique est une composante importante de l'image d'un acteur politique influent. D'abord, ce phénomène explique la radicalisation maximale des énoncés politiques. Ensuite, un leader charismatique est capable d'améliorer le renom de son parti au cas où ce dernier n'aurait pas suffisamment de poids politique à l'échelle nationale. Enfin, la personnalité du chef devrait incarner dans la conscience collective l'idéologie de son parti, mais en réalité c'est le parti qui est associé à une personnalité précise et pas l'inverse.

Il est indéniable que Barack Obama bénéficiait d'une vraie adoration populaire lors de l'élection présidentielle, pourtant au bout de six mois de sa présidence, le triomphe retentissant d'autrefois n'a gardé aucune trace sur son image et sa popularité s'est retrouvée en perte de vitesse, d'après une enquête d'opinion menée par CNN et Opinion Research Corporation. Le journaliste George Will du Washington Post a caractérisé ce phénomène de façon suivante: «L'omniprésence d'Obama a transformé sa voix en musique de fond de grand magasin, toujours présente, mais pas vraiment écoutée». Il en suit que le fait d'être un dirigeant fort et marquant, ainsi que la conquête lexicale du nouveau président ne suffisent pas à soutenir sa popularité au même niveau si le peuple désapprouve la manière dont il exerce ses fonctions.

En conséquence, le langage est l'un des éléments constituant l'image des acteurs politiques, mais la dichotomie de sa fonction réside en ce qu'il soit fidèle à la réalité et soit suivi des actions concrètes. Il est à noter que le discours est doté d'un impact incontestable surtout quand il est accompagné des facteurs extralinguistiques correspondants tels que la voix, la gestuelle, le regard, le mode vestimentaire etc. Le discours politique devient charismatique lorsqu'il est persuasif (argumenté), résolu, voire radical, marqué idéologiquement, mais clair et rassurant à la fois. Les paroles prononcées d'une manière énergique et décidée aident à leur porteur d'acquérir de l'ascendant sur l'électorat, car il incarne dans la conscience collective la fiabilité, la puissance, la volonté et la confiance en soi, ce qui est en corrélation psychologique avec l'image paternelle.

SOURCES LITTÉRAIRES DE L'INFORMATION

1. Bon F. Les discours de la politique, Paris// Economica (Politique comparée). – 1991. – 296 p.
2. Charaudeau P. Le discours politique. Les masques du pouvoir / P. Charaudeau. – Paris: Vuibert, 2005. – 256 p.
3. Maingueneau D., Analyser les textes de communication, Dunod, Lettres sup. – Paris, 1998. – 193 p.
4. Perelman C., Olbrechts Tyteca L. Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique / 5e édition. – Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 2000. – 354 p.